

今、調達購買の 役割を変える時

購買ネットワーク会 代表 梅原 広行



本日の内容は **考え方を变える** をゴールとしており、

具体的・実務的手法を公開するものではありません。また、いつまでも同じ仕事

をしており、それが当たり前という **受け身のバイヤー**

には全く響かない内容 である一方、常に時代の

先を読み、自ら考え、自ら実行するバイヤーだけを対象としている点をご留意く
ださい。そして本資料は一般公開し、いつでも誰でも閲覧することができるよう

にしますが、**資料だけ閲覧しても内容の真意は**

伝わらない ように構成されています。



調達購買

とは

何をすすめる
部門ですか？

単価削減

品質向上

納期短縮

新規技術・サービスの発掘

いつまで
やっつけているの
ですか？

できまして当たり前
り前です。

あなたが経営者
なら何を求めま
すか

P/Lに影響する購買戦略

TOTAL COST SAVING

ROI

BUDGET

TOTAL COST SAVING

単価

×

数量

= 支払額

- ソーシング・購入力
- 支払い条件
- 品質
- 仕様 (SPEC)
- 納品状態

一般的に購買が
コントロールできる範囲

TOTAL COST SAVING

単価

×

数量

= 支払額

- ソーシング・購入力
- 支払い条件
- 品質
- 仕様 (SPEC)
- 納品状態

購買視点だけではなく、
全社目線で変革し
「支払額」を削減しなければ
コストは下がらない

ROI（費用対効果）

- 購入（投資）に対しての定性、定量的なリターンを設定
- ROI基準を満たさない発注はしない



1

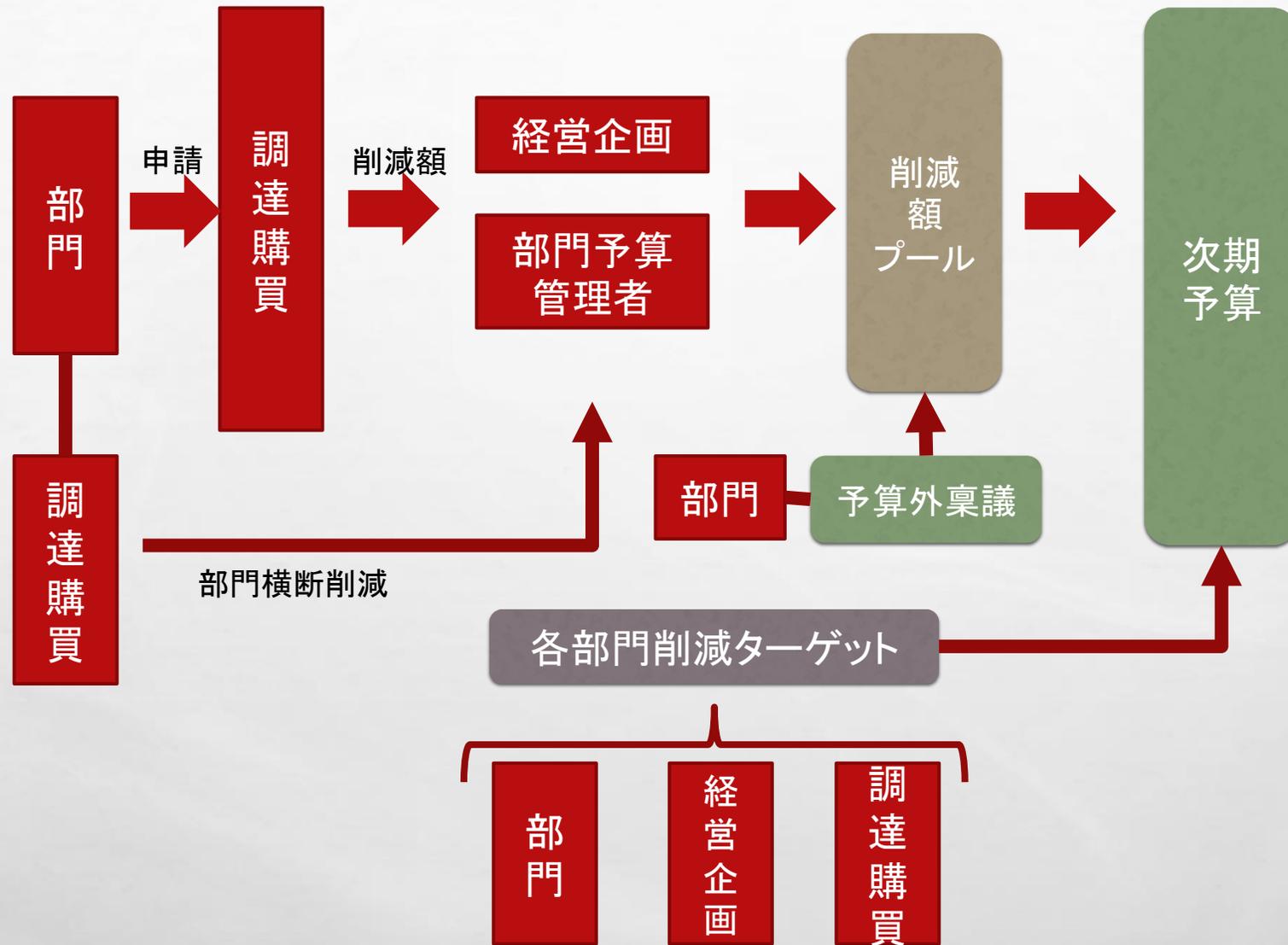


2



3





Total Costを下げ
ROIが低い購入を止めて
削減額は予算反映
予算策定から改革する

主管部門と
今後の購買方針（購買戦略）が
つくることができる

企業戰略



事業部戰略



購買戰略

そもそも調達購買とは
会社への貢献とは
何をすべきか

